



ABC DES SPONSORINGS

Hier finden Sie die wichtigsten Begriffe von A-Z zum Thema Sponsoring im Sportverein.

Um direkt zu einem Begriff, Stichwort oder Fachbegriff zu gelangen, drücken Sie bitte gleichzeitig Strg und F. Es erscheint ein Suchfeld in Ihrem Browserfenster, in das Sie den Suchbegriff eintragen können.

Name des Begriffes: Endverbraucherwerbung

Beschreibungen des Begriffes:

Die Bindung von Endverbrauchern an das Unternehmen ist eines der wichtigsten Ziele für Sportsponsoren.

Die Bindung von Endverbrauchern an das Unternehmen ist eines der wichtigsten Ziele für Sportsponsoren.

Um dieses Ziel zu erreichen, integrieren Unternehmen ihr Sponsoringengagement in die Endverbraucherwerbung. So weisen Sponsoren z.B. in Produktanzeigen auf das gesponserte Projekt hin (wie z.B. durch Einbindung eines erworbenen Förderprädikates oder ein Bildmotiv, das die gesponserte Sportart bzw. die gesponserte Mannschaft zeigt).

Produktanzeigen können zum Beispiel in der Vereinszeitung, im Programmheft einer gesponserten Sportveranstaltung oder als Bannerwerbung auf der Homepage des Sportvereins platziert werden. Diese Maßnahmen runden den Sponsoringauftritt eines Sponsors (z.B. als Trikot- oder Bandensponsor) beim Sportverein ab.

Praxisbeispiele:

- Kundenbindung (B2C) als wichtiges Ziel beim Sportsponsoring (Quelle: Studie Sponsor-Trend 2018 von Nielsen Sports, S. 7)
- Die Privatbrauerei Gaffels aus Köln weist ihre Endverbraucher in Anzeigen auf die Sponsoringpartnerschaft mit dem 1. FC Köln hin

[Zurück](#)